

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA  
COMUNICACIÓN



**Universidad de Valladolid**



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2023-2024

**EFFECTOS DE LAS REDES SOCIALES EN LOS JÓVENES**

Disertación

Ana María Hernández Torres

Tutor académico: Luis Miguel Rodrigo Benito

SEGOVIA, junio de 2023

## **RESUMEN**

El consumo continuo de contenido digital en redes sociales por parte de la población joven es algo evidente en la actualidad. Este estudio tiene como objetivo identificar los posibles efectos físicos y psicológicos de este uso. Se estudió a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid, que respondieron a una extensa encuesta en línea sobre sus comportamientos en redes sociales y su salud. Los resultados fueron analizados estadísticamente, pudiendo confirmar la existencia de efectos negativos producidos por el uso de redes sociales, tales como: síntomas depresivos, ansiedad social y Fear Of Missing Out (FOMO), pérdida del pensamiento crítico y una disminución de la estimulación cerebral percibida. De la misma manera, también se exploró la existencia de una relación entre el uso de redes sociales y algunos efectos positivos como: mejoras en la socialización y comunicación, desarrollo de las capacidades psicomotrices y aumento de la creatividad. De todos estos, sólo se constata un incremento en las capacidades psicomotrices percibidas.

Palabras claves: Consumo digital, adicción, juventud, salud mental, Internet

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN .....	1
INTRODUCCIÓN.....	3
1. LITERATURA .....	4
1.1. Redes sociales y jóvenes.....	5
1.2. Efectos positivos ante el uso de redes sociales .....	8
1.3. Efectos negativos del uso de redes sociales.....	8
1.4. Factores de riesgo ante la adicción a redes sociales .....	10
2. OBJETIVOS.....	11
2.1. Objetivos generales.....	11
2.2. Objetivos específicos .....	11
3. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Medición de variables .....	12
3.2. Definición de las variables.....	12
3.3. Estrategia metodológica.....	16
3.3.1. Población y muestra. ....	16
3.3.2 Estructura del cuestionario .....	17
4. RESULTADOS .....	18
4.1. Resultados descriptivos de las variables métricas .....	18
4.2. Resultados descriptivos de las variables categóricas.....	20
4.3 Análisis de correlación.....	23
4.4. Uso de redes sociales y salud.....	24
5. CONCLUSIONES.....	30
6. REFERENCIAS .....	32
7. ANEXOS .....	40

## INTRODUCCIÓN

El uso de internet ha ido evolucionando de una manera exponencial durante estos últimos años, desarrollando un avance constante, basado en su objetivo de aumentar el número de usuarios que lo usan como herramienta informativa en su día a día. Las redes sociales sirven hoy para sus usuarios como una oportunidad al establecer conexiones e influencia en otros individuos situados en cualquier lugar del mundo, jugando un papel principal en el desarrollo de los individuos que las usan. Al ser un medio de interacción masivo de usuarios, se ha convertido con el tiempo en una herramienta que ha mejorado en varios aspectos la vida de las personas en cuanto al desarrollo social y comunicativo, debido al sentimiento de comprensión y pertenencia en los usuarios que comparten las mismas aficiones, gustos e ideales. Sin embargo, también se han identificado varios riesgos en estas actividades, debido al uso problemático de las redes sociales, que ha concluido en una serie de efectos negativos en el individuo tales como irritabilidad, ansiedad o síntomas depresivos (Echeburúa y Corral, 2010; Sánchez, 2016; Barbosa, 2018; Terán, 2019; Cárdenas y Coello, 2022).

A partir de esta situación, el presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) tiene como objetivo principal identificar los efectos por el uso de las redes sociales en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación ubicada del Campus María Zambrano de Segovia. Esto será posible gracias a la realización de una encuesta a los alumnos de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.

En cuanto a la organización del artículo, en primer lugar, se contextualiza a lo largo de la literatura sobre cuál es la situación actual de este consumo, analizando los enfoques teóricos existentes en la literatura sobre la relación entre el consumo de redes sociales, la población joven y sus efectos individuales. Posteriormente se muestran los objetivos que pretenden cumplirse con esta investigación, junto con la metodología utilizada para poder analizar las hipótesis planteadas a lo largo del siguiente punto, los resultados, donde se especifica y analiza a través de datos obtenidos por los jóvenes encuestados. Por último, se encuentra un apartado sobre discusión, conclusiones en el que se describen y explican los efectos identificados ante el uso de redes sociales, junto con su relación ante las hipótesis planteadas anteriormente y una propuesta de mejora ante esta situación.

## 1. LITERATURA

Según Calva et al., (2019) el propósito de las redes sociales era, en un inicio, facilitar a sus usuarios la capacidad de intercambiar diferentes experiencias, sentimientos e ideas, consiguiendo con ello formar grupos de usuarios con los mismos intereses y, por tanto, crear vínculos de confianza y pertenencia. Sin embargo, con el paso de los años y el aumento de sus usuarios, tanto creadores de este contenido como consumidores han generado una dependencia a las redes sociales que produce diversos efectos.

Este espacio destaca por su libertad de comunicación que se complementa con la posibilidad de interactuar directamente con otros usuarios a tiempo real con un alcance mundial. Como consecuencia, muchas de las necesidades vitales del individuo pueden llegar a verse resueltas mediante el uso de las diferentes plataformas digitales como buscar trabajo, encontrar pareja, crear nuevas amistades, contactar con seres queridos u obtener información académica, política, social o económica, todo esto sin salir del hogar. Además de esto, la facilidad con la que toda esta información pueda llegar a distintos lugares del mundo resulta determinante en su uso, sería necesario un solo clic para difundir cualquier tipo de contenido y que este pueda llegar a hacerse viral, brindando la facilidad de una participación activa en la producción y difusión de información. (Vosoughi et al., 2018; Choi, 2016).

La población joven es conocida como la comunidad más presente en redes sociales, según Dharmastuti et al. (2020). Debido a su necesidad de permanecer en línea, se convierte en un grupo vulnerable, como consecuencia de su falta de pensamiento crítico, que provoca problemas a la hora de filtrar, evaluar y respaldar información antes de difundirla. Los autores Khan e Idris (2019), centraron el análisis de esta discusión en la Teoría del Comportamiento Planificado, según la cual toda percepción del control conductual estará vinculada en primer lugar, por la intención y como consecuencia, por su posterior conducta.

Teniendo en cuenta esta teoría, además del hecho de que la conducta del joven está influenciada sobre todo por su entorno social, tendrá lugar un comportamiento determinado por las características del círculo social en el que se encuentre, el propio

control de la conducta del individuo y la alfabetización en medios digitales que se posea (Mariano et al., 2020; Sela et al., 2020; Dharmastuti et al., 2020).

### **1.1. Redes sociales y jóvenes**

Como se mencionó anteriormente, las redes sociales son plataformas tecnológicas online en las que cabe la posibilidad de crear una interacción humana a nivel mundial a través de la interpretación individual y la mediación para abordar nuevos y más complejos conflictos tanto sociales como de comunicación (García, Daly y Sánchez, 2016). Del mismo modo en el que podemos localizar individuos más influyentes dentro de un espacio social, existen diferentes agentes con una influencia sobre los demás usuarios debido a la capacidad que poseen para seleccionar, transmitir y modificar diferentes mensajes a su criterio según intereses económicos, religiosos, políticos o sociales, estos agentes se denominan líderes de opinión (Katz y Lazarsfeld, 1955). Otro autor que ha estudiado sobre este fenómeno es Rogers (2003), quien afirma que el principal objetivo de estos individuos es el de influenciar en las acciones o comportamientos de una forma concreta con una frecuencia controlada por el propio líder de opinión. En el caso de las redes sociales, este tipo de usuarios son denominados Social Media Influyentes (SMIs) y destacan por desempeñar una función significativa en la comunicación digital, pese a que su influencia es inestable, porque, al igual que puedes recibir el apoyo de la comunidad, también podrían ser rechazados (Gorry y Westbrook, 2009; Schultz, Uts y Göritz, 2011).

Según García, Daly y Sánchez (2016), para identificar a los SMIs se debe analizar primero los tres diferentes tipos: En primer lugar, los SMIs comunicacionales, agentes con una red de usuarios muy diversa estructuralmente que basan su influencia en la maximizar la difusión de su comunicación. En segundo lugar, los SMIs relacionales, que basan su comunicación en establecer un compromiso en su eficiencia comunicativa hacia sus espectadores. Por último, los SMIs líderes, son aquellos agentes capaces de unir las cualidades de las anteriores aportando un constante compromiso comunicacional y manteniendo una alta diversidad estructural en su difusión. Todos ellos coinciden en que cuanto más tiempo permanezcan en un estado de influencia, mayor será la probabilidad de verificación ante su comunidad de usuarios (Yalabadi et al., 2024).

Además de los usuarios SMIs, existen otras tres clases más de agentes presentes en las redes sociales, que se complementan para conformar esta comunidad en línea. La mayoría de los usuarios presentes en las plataformas digitales son los agentes normales, en cuyos efectos individuales vamos a centrar esta investigación, son los principales consumidores de contenido en redes y por tanto los más perjudicados ante la influencia de los SMIs y su falta de pensamiento crítico.

En tercer lugar, los académicos, se caracterizan por tener una consciencia sobre cuál es su personalidad y sobre cuándo ésta trata de ser modificada tras un consumo excesivo de contenido en redes sociales. Por último, los agentes bots, no cambian su estado y ni desaparecen de la red ya que son robots presentes en ella de manera permanente, programados únicamente para compartir y viralizar el contenido manipulador a través de algoritmos específicos basados en likes, búsquedas y comportamiento del usuario, sin posibilidad de interpretar o decidir si el impacto de este contenido provocará o no unos efectos negativos en el usuario (Yalabadi et al., 2024).

En lo referente a los agentes normales, las redes sociales se perciben como una plataforma que posibilita la autopresentación ante el entorno social de pertenencia, de manera interactiva presentando tanto al yo real, características auténticas del individuo, al yo ideal, quien se desea ser, como al yo falso, características falsas del usuario (Brown, 2007; Michikyan, Dennis y Subrahmanyam, 2014). Esta situación llega a tener lugar, debido a que el contenido que los usuarios publican en las redes sociales se convierte en una herramienta de presentación, con implicación práctica, para aumentar la tasa de respuesta en forma de solicitudes de amistad, estimulando su autoestima y autoevaluación como individuo social (Ivcevic y Ambady, 2012; Tifferet, Gaziel y Baram, 2012).

También se afirma que durante la autopresentación del usuario existen unas reglas concretas, dependiendo de las circunstancias sociales y sus relaciones establecidas entre el usuario y su entorno virtual (Ekman, 1971; Hochschild, 1979; Saarni, 1979; Malatesta y Haviland, 1985). Clark y Mallis, 1982). Se distinguen dos tipos de relaciones a establecer entre los individuos de una sociedad. En primer lugar, las relaciones comunitarias, en la que se desarrolla la necesidad de provocar una sensación de bienestar en el otro, obteniendo una sensación de plenitud al satisfacer las posibles necesidades (Clark, Mills y Powell, 1986; Clark, Ouellette, Powell y Milberf, 1987; Clark, Mills y

Corcoran, 1989; Williamson y Clark, 1989). Otro tipo de relación son las conocidas como relaciones de intercambio, en ellas los individuos no perciben una necesidad por aportar bienestar al otro, si lo hacen será con la expectativa de recibir unos beneficios equiparables o como pago por unos ya recibidos con anterioridad (Clark y Mills, 1979, Clark 1981; Clark y Waddell, 1985).

Por tanto, la expresión de cualquier emoción al relacionarse con otros individuos tendrá mayor impacto mediante una relación comunitaria, ya que los individuos estarán más dispuestos a empatizar con las emociones del otro o a expresar la suyas propias (Clark y Taraban, 1991).

Con base en los argumentos anteriores, se puede afirmar que cuando los usuarios, los agentes normales, consumen de manera continuada un contenido en redes basado en establecer relaciones comunitarias con fines, mediante SMIs o bots, la expresión de sus emociones provocará una reacción en cadena de pensamientos más dispuestos a la adopción del individuo ante ideas erróneas, radicales o manipuladas que, a su vez, provocarán una serie de efectos. Sin embargo, existe una serie de efectos en el usuario, tanto físicos como psicológicos, que tienen lugar en los agentes académicos debido a que ellos son conscientes de su identidad y sus emociones, además de saber percibir cuándo los SMIs o los bots tratan de establecer relaciones comunitarias en él para provocar emociones condicionadas. Cuando el usuario dispone de estas herramientas, los efectos individuales serán en mayor medida positivos, dependiendo siempre del uso moderado que se haga de estas plataformas digitales.

## **1.2. Efectos positivos ante el uso de redes sociales**

Las redes sociales se han transformado con el paso del tiempo en una herramienta de interacción social a nivel global capaz de ayudar en muchos sentidos en el día a día de las personas. Siendo inevitable el cambio constante que presencia la población en el área de la ciencia y tecnología, es propio pensar que estos cambios tienen como objetivo facilitar y mejorar la calidad de vida del individuo (Sánchez, 2016).

Según Alba y Díaz (2015), entre las ventajas psicológicas del uso de redes sociales cabe destacar la estimulación de gran parte de regiones cerebrales que provocan un aumento en la memoria fotográfica y de trabajo desarrollando una mayor capacidad de aprendizaje, provocando a su vez manejar varios estímulos e impactos informativos de manera simultánea y tomar rápidas decisiones. Varias investigaciones neuropsicológicas revelan que el impulso que incita a los agentes normales a participar en las diferentes redes sociales está basado en la activación del sistema de recompensa intrínseco del cerebro, perteneciente a las estimulaciones primarias como la comida y el sexo (Tamir y Mitchell, 2012).

Otros autores (Kraunt et al., 1998; Shaw y Gant, 2002; Nadkarni y Hofmann, 2012; Barbosa, 2018) afirman que, debido al aumento de la comunicación manifestando aficiones e intereses, se facilita inevitablemente el encuentro con otros individuos que comparten aficiones y gustos similares, lo cual tiende a generar un efecto positivo tanto en la salud física como en la mental por el sentimiento de pertenencia y auto-presentación, por lo que se produce una liberación de endorfinas que provoca una reducción del estrés, ansiedad y el riesgo de depresión, consiguiendo una mayor estabilidad mental.

## **1.3. Efectos negativos del uso de redes sociales**

En la actualidad, la literatura científica demuestra una evidente preocupación por la adicción de las TIC. Según Hernández et al. (2017), existen numerosas desventajas para cualquier usuario al hacer un mal uso en el consumo de contenido digital informativo y de entretenimiento. Los mismos autores afirman que estas adicciones provocarán un

conjunto de desórdenes psicológicos desentendiéndose, bidireccionalmente, del tiempo invertido y la conducta de uso que ejerza en ellas.

En lo referente a los usuarios jóvenes, las redes sociales han abierto un abanico de posibilidades para que puedan relacionarse con otros usuarios con sus mismos intereses y gustos, sin embargo, se han terminado por limitar los espacios de intercambio debido a que los jóvenes pasan la mayoría de su vida en el entorno virtual disminuyendo las reuniones con amigos y familiares. Esta situación desemboca en el desinterés por la vida social y en la pérdida de herramientas sociales a causa de una personalidad característicamente introvertida (Gómez y Marín, 2017; Hernández et al., 2017).

En relación con esta introversión, nos encontramos con otro efecto psicosocial negativo denominado FOMO (Fear Of Missing Out). El FOMO es un rasgo psicológico descrito como una “aprehensión generalizada a que otros individuos puedan estar teniendo experiencias gratificantes de las cuales uno está ausente” (Przybylski et al., 2013, p. 1841). Por ello, el usuario padece una preocupación constante por fallar en su proceso vital si se conforma con sus circunstancias particulares mientras está siendo constantemente bombardeado ante contenido en redes sobre las actividades que realiza su entorno social. Las consecuencias de este efecto son una mezcla de ansiedad, insuficiencia, irritación y disminución de la autoestima. La mayor preocupación de este estado psicológico es que promueve de manera inconsciente un estado de ansiedad continua que solo se ve aliviado ante el consumo constante de redes sociales, lo que a su vez genera más sentimientos de FOMO (Haferkamp y Kramer, 2011; Przybylski et al., 2013; Schaarschmidt, 2018).

También se recalca como aspecto negativo la desinformación o fake new, cuyo principal objetivo es el de influenciar la manera de actuar, sentir y pensar de los agentes normales, quienes presentan una falta de pensamiento crítico ante dicha información y se ven envueltos en emociones desagradables tales como miedo, indignación, rabia y empatía manipulada, propia de las relaciones comunitarias anteriormente mencionadas (Córdoba y Betancourt, 2021).

Por otro lado, existen consecuencias físicas negativas ante el uso indebido de redes sociales. Se afirma que la exposición constante a la luz azul artificial altera los ciclos saludables del sueño, el ritmo circadiano natural y provoca fatiga ocular (Holzman, 2010;

Santhi y Alabama, 2011; Santhi et al., 2011; Czeisler, 2013; Terán, 2019). Esto se debe a que dicha luz azul, incluida en los dispositivos móviles y las pantallas de los portátiles, suprime la melatonina a través de los sensores fotosensibles del ojo, lo cual altera el ciclo del sueño y como consecuencia, la estabilidad mental (Monti y Monti, 2000; Sargis, 2014).

#### **1.4. Factores de riesgo ante la adicción a redes sociales**

Actualmente, la adicción a las redes sociales está fuertemente vinculada a los jóvenes con problemas de autoestima baja, depresión, introversión, trastornos de atención, etc. García del Castillo et al. (2008) concluyen la existencia de un perfil de agentes normales que consumen diferentes redes sociales de manera compulsiva y, por tanto, tienden a sufrir pensamientos negativos sobre su capacidad de socialización que les conduce a crear una personalidad ficticia basada en el yo ideal mencionado anteriormente, a largo plazo la incongruencia entre la imagen real y la ideal acaba causando problemáticas en la formación sana y respetuosa del individuo.

Demográficamente, el grupo de mayor riesgo para sufrir esta adicción es la población joven ya que, según Echeburúa y Corral (2010), son los que más tiempo invierten en estas plataformas digitales al estar mucho más familiarizados y cómodos con las nuevas tecnologías.

Autores como Echeburúa y Corral (2010) y Terán (2019) coinciden al expresar que la dependencia a las redes sociales se identifica en el momento en el que se pierde el control del pensamiento crítico propio y la consciencia del yo, generando síntomas como ansiedad, irritabilidad o depresión. Estos síntomas serán más notorios ante la necesidad de cada vez permanecer durante más tiempo conectado para conseguir satisfacer las necesidades que la propia plataforma provoca en el agente, estableciendo repercusiones negativas en las diferentes esferas vitales.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivos generales**

Conocer cómo afecta el uso de las redes sociales, tanto física como psicológicamente, en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación en la Universidad de Valladolid.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Identificar los efectos físicos y psicológicos experimentados en los estudiantes tras un consumo de contenido multimedia en redes sociales.
- Identificar la frecuencia en el uso de las redes sociales.
- Identificar la frecuencia en la que los estudiantes experimentan estos efectos.

## **3. METODOLOGÍA**

Esta investigación tiene un alcance explicativo, ya que se pretende conocer la relación entre el consumo continuado de contenido digital en las diferentes redes sociales y los efectos en los alumnos. Debido a la diversidad de fuentes de información y puntos de vista que todos ellos muestran, se construye un nuevo modelo, con el que se pretende desarrollar una investigación sobre los efectos individuales que tienen lugar como consecuencia del consumo de redes sociales. Para ello se realizó una encuesta online a los alumnos de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la comunicación de la Universidad de Valladolid, la cual fue distribuida a través de las redes sociales de Instagram, WhatsApp y X (Twitter), ya que es mediante estas plataformas digitales donde podemos encontrar al público objetivo.

### 3.1. Medición de variables

A continuación, se muestra el modelo de análisis en el que se identifican las variables dependientes que se estudiarán.

Figura 3.1: Modelo de análisis



Fuente: Elaboración Propia

### 3.2. Definición de las variables

1. Síntomas depresivos: Se le denomina a una serie de signos emocionales, cognitivos y físicos que sintetizan en un desorden afectivo multifuncional que se asocia con una serie de síntomas tanto físicos como psicológicas, los cuales pueden variar en cuanto a duración e intensidad dependiendo de la persona. En cualquiera de estos casos se incluyen: Emociones de desesperanza, vacío o tristeza; Pérdida del placer, energía o emoción por realizar actividades tanto físicas como mentales: Cambios físicos, Problemas del sueño (Insomnio, hipersomnia), Sentimientos de inutilidad y culpa o dificultades en la toma de

decisiones y la concentración. Todos ellos se caracterizan por obstaculizar el desarrollo normal del individuo y la vida diaria (Pereyra et al., 2010).

2. Ansiedad social: Trastorno que condiciona la forma en la que un individuo interactúa con su entorno y controla los impulsos de estrés. La ansiedad social se caracteriza por ser un trastorno basado en un miedo durante situaciones que conllevan algún tipo de relación social en la vida real. En ellas el individuo considera que será evaluado, observado o juzgado negativamente por el resto de los individuos de su entorno social. Los individuos que sufren este trastorno tienen un pensamiento constante en que creen que van a ser observados, evaluados y juzgados por el resto de su entorno social (Camilli y Rodríguez, 2008)

3. FOMO (Fear Of Missing Out): FOMO, o "Fear Of Missing Out" en inglés, se refiere a un estado psicológico en el que las personas se vuelven ansiosas porque otros dentro de sus esferas sociales donde los momentos vitales del resto de individuos parecen ser mucho más interesantes y socialmente deseables (Przybylski, Murayama, DeHaan y Gladwell, 2013). En términos del propio FOMO, Przybylski et al. (2013) afirmaron que los niveles elevados de FOMO eran indicativos de niveles reducidos de satisfacción con la vida y estado de ánimo general.

4. Interrupción del sueño: La alteración de los mecanismos esenciales que actúan durante el proceso del sueño. Este proceso se considera perjudicial para la salud, afectando al individuo que lo padece, sus familiares y entorno social. Los efectos de la interrupción del sueño se encuentran entre los más frecuentes ante riesgo de accidentes, irritabilidad, síntomas depresivos y mala función cognitiva. También se encuentran efectos físicos como el deterioro de las funciones inmunológicas, inflamatorias, cardiovasculares, funcionales, endocrinas y metabólicas (Guadamuz, Miranda y Mora, 2022).

5. Falta de autoestima: Esta situación es considerada como una condición psicosocial que se manifiesta con uno mismo y al relacionarse con otros individuos. Se caracteriza por la extrema focalización en considerarse inadecuados, inútiles o incompetentes en comparación con los demás. Perciben poca expresión de los sentimientos propios e intentos por buscar una definición personal a través de otros individuos debido al sentimiento de una mala opinión de sus capacidades, fortalezas y autoimagen. Esta

situación afecta en la funcionalidad vital de la persona que lo padece ya que será más propenso a comportamientos y pensamientos como evitación de desafíos, autosabotaje, miedo al fracaso, necesidad de aprobación externa, búsqueda constante del perfeccionismo y dificultad para tomar decisiones (Spann y Fischer, 1991).

6. Problemas de identidad: La falta de identidad social se concibe como la dificultad que posee el individuo para interiorizar los roles, estatus y percepción que son adquiridos o impuestos. Cuando no se adquiere la identidad social los sistemas normativos y expectativas atribuidos acorde al entorno social se desdibujan, por lo que el individuo pierde el sentido de la percepción y designación de sí mismo. Esta situación conlleva estrés emocional, conflicto cultural, sexual o de género, afectando al desarrollo de las facultades cognitivas sociales y emocionales que influyen durante las distintas fases vitales y la percepción de uno mismo (Dubet y Zapata, 1989)

7. Pérdida del pensamiento crítico: Proceso de pensamiento que es a la vez sistemático y reflexivo en la toma de decisiones responsables. Con base en este concepto, el pensamiento crítico es la necesidad cognitiva intrínseca necesaria para el pensamiento propio (Ennis, 1996; Facione, 2000 y Davies, 2015). Pensamiento crítico se considera, no sólo una capacidad impulsiva sino más bien como una habilidad cognitiva requerida de alto nivel que debe ser desarrollada y controlada (Celuch y Slama, 2002).

8. Impulsos agresivos: Conducta agresiva derivada de la obstrucción de actividades dirigidas a algunos fines, como la frustración. Estas acciones físicas, verbales o emocionales, carecen de respeto, consideración y empatía hacia el resto de los integrantes del entorno social en el que se encuentra, manifestándose en comportamientos falto de valores morales como manipulación, acoso, engaño, intimidación y/o violencia física o psicológicas (William y Duque, 2005).

9. Sensación de pertenencia y comprensión: Sentimientos de comunidad donde los individuos sienten libertad y confianza para poder relacionarse, aprender y compartir sus gustos, pensamientos e ideales debido a que su entorno social actúa y piensa de manera similar. Esta sensación puede lograr construir una identidad, compromiso, participación y relaciones duraderas con otros individuos (Roca, 2015).

10. Formación de la identidad: Proceso mediante el cual los individuos conforman la percepción de sí mismos mediante experiencias pasadas, interacciones con su entorno social o características culturales, sociales y económicas. Estas situaciones ayudan a cuestionar, definir o reafirmar sus valores y metas hasta afianzar la propia identidad.

11. Facilidades psicomotrices: Mejora de las técnicas que estimulan la coordinación de las funciones motrices y psíquicas de los individuos cuyo fin último sería el de desarrollar de forma global las potencialidades del proceso evolutivo y de adaptación ante la vida adulta (Astudillo, 2018). Según Muniáin (1997) las facilidades psicomotrices son una disciplina que considera al individuo capaz de actuar sobre su persona mediante el cuerpo y su movimiento, mediante métodos de mediación corporal que contribuyen al desarrollo total del mismo.

12. Estimulación cerebral: Conjunto de herramientas cerebrales intrínsecas en el cuerpo humano que pretenden optimizar la eficacia del funcionamiento de las distintas capacidades y funciones cognitivas. Estas favorecen la funcionalidad de elementos necesarios para el desarrollo social, estos son la percepción, atención, razonamiento, abstracción, memoria, lenguaje, procesos de orientación y praxias. mediante una serie de situaciones y actividades concretas que se estructuran en lo que se denominan “programas de entrenamiento cognitivo”, las cuales no solo abarcan los diferentes elementos cognitivos, sino que además tratan otro tipo de factores como las esferas sociales, biológicas, afectivas, conductuales y familiares, con las que se pretende influenciar en el individuo (Villalba y Espert, 2014).

13. Desarrollo social y comunicativo: El desarrollo social, por un lado, se considera al proceso de promoción del bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico, que, con el paso de tiempo, lleva a la mejora de las condiciones de vida de todos aquellos individuos en diferentes ámbitos como la salud, la educación, la nutrición, la vulnerabilidad y la economía (Galindo, 2011). En cuanto al desarrollo comunicativo, Rivero (2003) afirma que constituye la mejor del acto de interacción con otros individuos a través de una serie de conductas verbales o no verbales, producida por un emisor cuya intención es la de influir en el pensamiento y/o comportamiento del receptor.

14. Uso de las redes sociales en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación en la Universidad de Valladolid: Frecuencia de uso de redes sociales medidas como número de conexiones y tiempo de uso.

### 3.3. Estrategia metodológica

Como estrategia metodológica se estableció una técnica para la producción de la información de carácter cuantitativo, realizada a través de una encuesta a los alumnos para obtener los datos necesarios.

#### 3.3.1. Población y muestra.

El objetivo del estudio son jóvenes de entre 18 a 22 años que se encuentren cursando algunos de los grados pertenecientes a la Universidad de Valladolid en el Campus de Segovia, perteneciendo estos a la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación, Facultad de Enfermería y Facultad de Educación. Suponiendo que los últimos datos disponibles sobre estudiantes matriculados en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación sean similares desde el curso 2019/2020 hasta 2023/2024, los estudiantes matriculados actualmente serían 1.912.

Tras la obtención de estos datos se debe calcular el tamaño muestral según la media de estudiantes encuestados con la siguiente fórmula, considerará un error muestral del 5%.

Figura 3.2: Cálculo de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 \times \hat{P} \times \hat{Q}}{\hat{E}}$$

Fuente: “La selección de unidades de observación: Estrategias y técnicas de investigación social”.

Madrid. Editorial Síntesis (pp. 159-214).

En esta fórmula, n corresponde al tamaño de la muestra, Z representa las unidades de desviación típica correspondiente al nivel de confianza elegido, P indica el valor

presupuesto, cuya proporción la varianza poblacional, del mismo modo de Q. E corresponde al error máximo que se estableció en la investigación.

En resumen, asumiendo el error muestral de 5%, debería tener una muestra de 400 encuestados/as.

$$n = \frac{2^2 \times 50 \times 50}{5^2} = 400$$

### **3.3.2 Estructura del cuestionario**

Para la producción de la información necesaria se ha desarrollado un total de 28 ítems estructurados en tres apartados. En el primer apartado del cuestionario se recoge información sobre las características sociodemográficas del encuestado: género, edad, grado universitario, curso y comunidad autónoma a la que pertenece. El segundo apartado se centra en el uso de las redes sociales, recogiendo: la frecuencia de uso y las redes sociales que utiliza el alumno. Por último, el tercer apartado recoge información sobre los posibles efectos de las redes sociales: síntomas depresivos, ansiedad social y FOMO, trastornos del sueño, autoestima, pensamiento crítico, impulsos agresivos, psicomotricidad, estimulación cerebral y desarrollo social y comunicativo.

## 4. RESULTADOS

Para responder a mi pregunta de investigación, en los siguientes apartados se analizará la información obtenida mediante la encuesta realizada a los estudiantes del Campus de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. Mediante esta encuesta se obtuvieron 98 respuestas, siendo esta inferior a la que se considera necesaria para que la encuesta sea estadísticamente significativa, por ello, debemos considerar que el error típico de la muestra será del 10% con una confianza del 95%.

A lo largo de este apartado se muestra, en primer lugar, un análisis de correlación entre las variables dependientes que conforman el modelo de análisis de esta investigación. Posteriormente, se muestran los modelos de dependencia que permitirán establecer una relación entre el uso de las redes sociales y sus efectos en la salud de los jóvenes.

### 4.1. Resultados descriptivos de las variables métricas

En primer lugar, se muestran los datos obtenidos sobre todas aquellas variables métricas recogidas en la encuesta. En esta tabla se muestra su puntuación mínima y máxima, la media y su desviación típica.

Tabla 4.1: Resultados descriptivos de las variables métricas del modelo de análisis

<b>Estadísticos descriptivos</b>	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>	<b>Desv.</b>
Edad	98	19	24	21.37	1.187
Nivel educativo de los padres	98	1	4	2.77	1.234
Horas de consumo redes sociales en horas	98	3	8	4.45	1.027
Cantidad de redes sociales utilizadas	98	2	9	4.42	1.157

Comportamientos/sentimientos experimentados sobre síntomas depresivos	98	0	7	2.83	1.479
Frecuencia de síntomas depresivos	98	1	10	7.00	1.793
Comportamientos / Sensaciones experimentadas sobre ansiedad social y FOMO.	98	0	6	2.89	1.376
Frecuencia de ansiedad social y FOMO	98	1	10	6.66	1.599
Comportamientos / Sensaciones experimentadas sobre trastorno del sueño.	98	0	4	2.21	1.028
Frecuencia de trastorno del sueño	98	1	10	6.84	1.876
Comportamientos / Sensaciones experimentadas sobre pérdida de autoestima y personalidad.	98	0	6	2.70	1.212
Frecuencia de pérdida de autoestima y personalidad	98	1	10	6.88	1.818
Comportamientos / Sensaciones experimentadas sobre falta de pensamiento crítico.	98	0	4	2.11	1.034
Frecuencia de falta de pensamiento crítico	98	1	10	6.69	1.830
Comportamientos / Sensaciones experimentadas sobre impulsos agresivos.	98	0	5	2.68	1.359
Frecuencia de impulsos agresivos	98	1	10	6.53	2.126
Comportamientos / Sensaciones experimentadas sobre sensación de pertenencia y comprensión.	98	0	5	2.64	1.364
Frecuencia de sensaciones de pertenencia y comprensión	98	1	10	5.28	2.055
Comportamientos / Sensaciones experimentadas sobre mejoras psicomotrices	98	0	4	2.11	1.217
Frecuencia de mejoras psicomotrices	98	1	10	4.73	2.113
Comportamientos / Sensaciones experimentadas sobre estimulación cerebral.	98	0	3	1.18	.778

Frecuencia de estimulación cerebral	98	1	10	4.49	2.017
Comportamientos / Sensaciones experimentadas sobre desarrollo social y comunicativo.	98	0	4	1.80	.994
Frecuencia de desarrollo social y comunicativo	98	1	10	4.82	2.112
Valid N (listwise)	98				

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

#### 4.2. Resultados descriptivos de las variables categóricas.

A continuación, se muestran los datos de las diferentes variables categóricas que conforman el modelo de análisis de esta investigación, en cada una de ella se recoge su frecuencia, porcentaje, porcentaje válido y acumulado con los que identificar de manera descriptiva las diferentes variables.

Tabla 4.2: Resultados descriptivos de las variables categóricas del género de los encuestados.

	Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Género</b>	Femenino	53	54.1	54.1	54.1
	Masculino	45	45.9	45.9	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

Tabla 4.3: Resultados descriptivos de las variables categóricas del grado universitario que cursan los encuestados.

	Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Grado universitario</b>	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	35	35.7	35.7	35.7
	Grado en Turismo	15	15.3	15.3	51.0
	Doble grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo	25	25.5	25.5	76.5
	Grado en Derecho	14	14.3	14.3	90.8
	Grado en Administración y Dirección de Empresas	7	7.1	7.1	98.0
	Otro	2	2.0	2.0	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

Tabla 4.4: Resultados descriptivos de las variables categóricas del curso académico en el que se encuentran los encuestados.

	Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Curso</b>	1º Curso	5	5.1	5.1	5.1
	2º Curso	15	15.3	15.3	20.4
	3º Curso	32	32.7	32.7	53.1
	4º Curso	37	37.8	37.8	90.8
	5º Curso	9	9.2	9.2	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

Tabla 4.5: Resultados descriptivos de las variables categóricas de la comunidad autónoma de procedencia de los encuestados.

	Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Comunidad autónoma</b>	Región de Murcia	5	5.1	5.1	5.1
	Andalucía	2	2.0	2.0	7.1
	Comunidad Valenciana	1	1.0	1.0	8.2
	Castilla La Mancha	16	16.3	16.3	24.5
	Madrid	16	16.3	16.3	40.8
	Castilla y León	3	3.1	3.1	43.9
	Galicia	13	13.3	13.3	57.1
	Principado de Asturias	7	7.1	7.1	64.3
	La Rioja	9	9.2	9.2	73.5
	Aragón	4	4.1	4.1	77.6
	Comunidad Foral de Navarra	3	3.1	3.1	80.6
	Cantabria	6	6.1	6.1	86.7
	Cataluña	3	3.1	3.1	89.8
	País Vasco	5	5.1	5.1	94.9
	Islas Baleares	4	4.1	4.1	99.0
	19	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0		

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

Tabla 4.6: Resultados descriptivos sobre la evaluación general de los encuestados.

	Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Autoevaluación sobre el estado de salud</b>	Ha empeorado	46	46.9	46.9	46.9
	Sigue igual que antes	36	36.7	36.7	83.7
	Ha mejorado	12	12.2	12.2	95.9
	No lo sé	4	4.1	4.1	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

### 4.3 Análisis de correlación

En primer lugar, se realizará un análisis de correlación entre todas las variables métricas que permitirá conocer si existe alguna relación entre ellas.

Tabla 4.7: Tabla para el análisis de correlación entre los efectos del uso de redes sociales y su frecuencia.

	Efectos	Frecuen	Cantidad	Horas																		
Efectos depresión	1	.537**	.644**	.376**	.289**	.261**	.512**	.276**	.532**	.232*	.367**	.180	.317**	.067	.206*	-.025	.180	-.141	.137	-.169	.332**	.079
Frecuencia depresión	.537**	1	.514**	.723**	.419**	.668**	.384**	.471**	.395**	.443**	.423**	.535**	.426**	.249*	.430**	.185	.333**	.148	.179	.071	.238*	.045
Efectos ansiedad	.644**	.514**	1	.489**	.483**	.388**	.561**	.485**	.567**	.297**	.548**	.398**	.500**	.029	.524**	.007	.414**	-.047	.292**	-.188	.230*	.036
Frecuencia ansiedad	.376**	.723**	.489**	1	.490**	.645**	.368**	.461**	.503**	.592**	.553**	.681**	.412**	.201*	.560**	.196	.490**	.141	.294**	.018	.044	-.064
Efectos sueño.	.289**	.419**	.483**	.490**	1	.612**	.358**	.422**	.413**	.254*	.566**	.547**	.511**	.182	.615**	.212*	.518**	.262**	.416**	.113	.167	.103
Frecuencia sueño	.261**	.668**	.388**	.645**	.612**	1	.210*	.541**	.323**	.472**	.542**	.712**	.428**	.271**	.554**	.155	.508**	.220*	.297**	.156	.151	.087
Efectos autoestima	.512**	.384**	.561**	.368**	.358**	.210*	1	.592**	.751**	.428**	.437**	.346**	.428**	.017	.428**	.130	.244*	.077	.292**	.019	.001	.133
Frecuencia autoestima	.276**	.471**	.485**	.461**	.422**	.541**	.592**	1	.523**	.506**	.364**	.481**	.448**	.224*	.486**	.163	.330**	.118	.248*	.077	.005	.151
Efectos pensamiento	.532**	.395**	.567**	.503**	.413**	.323**	.751**	.523**	1	.530**	.568**	.427**	.555**	.131	.530**	.037	.423**	-.081	.343**	-.113	.064	.224*
Frecuencia pensamiento	.232*	.443**	.297**	.592**	.254*	.472**	.428**	.506**	.530**	1	.392**	.623**	.385**	.130	.446**	.133	.373**	.077	.277**	.135	-.109	.134
Efectos impulsos	.367**	.423**	.548**	.553**	.566**	.542**	.437**	.364**	.568**	.392**	1	.665**	.506**	.098	.620**	.189	.465**	.057	.409**	.012	.131	.103
Frecuencia impulsos	.180	.535**	.398**	.681**	.547**	.712**	.346**	.481**	.427**	.623**	.665**	1	.453**	.219*	.594**	.286**	.458**	.263**	.291**	.192	-.016	.121
Efectos pertenencia	.317**	.426**	.500**	.412**	.511**	.428**	.428**	.448**	.555**	.385**	.506**	.453**	1	.414**	.701**	.292**	.539**	.165	.531**	.152	.161	.130
Frecuencia pertenencia	.067	.249*	.029	.201*	.182	.271**	.017	.224*	.131	.130	.098	.219*	.414**	1	.194	.587**	.162	.422**	.209*	.477**	.098	-.005
Efectos psicomotrices	.206*	.430**	.524**	.560**	.615**	.554**	.428**	.486**	.530**	.446**	.620**	.594**	.701**	.194	1	.344**	.696**	.284**	.607**	.140	.171	.240*
Frecuencia psicomotriz	-.025	.185	.007	.196	.212*	.155	.130	.163	.037	.133	.189	.286**	.292**	.587**	.344**	1	.262**	.786**	.229*	.652**	-.064	-.006
Efectos estimulación	.180	.333**	.414**	.490**	.518**	.508**	.244*	.330**	.423**	.373**	.465**	.458**	.539**	.162	.696**	.262**	1	.251*	.582**	.077	.131	.115
Frecuencia estimulación	-.141	.148	-.047	.141	.262**	.220*	.077	.118	-.081	.077	.057	.263**	.165	.422**	.284**	.786**	.251*	1	.215*	.655**	-.230*	.012
Efectos sociales	.137	.079	.292**	.294**	.416**	.297**	.292**	.248*	.343**	.277**	.409**	.291**	.531**	.209*	.607**	.229*	.582**	.215*	1	.335**	.183	.151
Frecuencia social	-.169	.071	-.188	.018	.113	.156	.019	.077	-.113	.135	.012	.192	.152	.477**	.140	.652**	.077	.655**	.335**	1	-.154	.000
Cantidad de redes	.332**	.238*	.230*	.044	.167	.151	.001	.005	.064	-.109	.131	-.016	.161	.098	.171	-.064	.131	-.230*	.183	-.154	1	.266**
Horas de consumo	.079	.045	.036	-.064	.103	.087	.133	.151	.224*	.134	.103	.121	.130	-.005	.240*	-.006	.115	.012	.151	.000	.266**	1

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla, se encuentran destacadas todas aquellas correlaciones que mayores al 60 %, pero solo analizaremos aquellas que mayores de 70 %, es decir, las correlaciones más altas.

Se destacan entre estas variables la correlación directa entre la frecuencia de la ansiedad social y la frecuencia de síntomas depresivos, de la misma manera que ocurre con la frecuencia de impulsos agresivos y los efectos relacionados con el trastorno del sueño. Esto quiere decir que por cada vez que aumenta la frecuencia en la que el encuestado experimenta comportamientos o sensaciones propias del FOMO o ansiedad social, también experimenta síntomas depresivos. Igual sucede con los efectos causados por el trastorno del sueño y los impulsos agresivos.

Existe también una fuerte correlación entre la pérdida del pensamiento crítico y la falta de autoestima. Es decir, cuanto menor sea la autoestima menor será la confianza que tiene en su opinión, impidiendo el desarrollo de pensamiento crítico. De manera similar existe una correlación entre los sentimientos de pertenencia y comprensión, la mejora de

facilidades psicomotrices como mejora en la memoria visual, el lenguaje o en la comprensión lectora. Esta correlación indica que cuando el encuestado interactúa con otros usuarios en redes con sus mismos gustos, inquietudes o ideales, experimenta la mejora de la comunicación participativa. Esto puede deberse a su predisposición a interactuar en el entorno social virtual del que se rodea y que, por un uso continuado, llega a desarrollar mejoras en su desempeño de las funciones del sistema psicomotor a largo plazo.

#### 4.4. Uso de redes sociales y salud

En el siguiente análisis se empleará el método de regresión logística multinomial, de esta forma se podrá determinar si existe alguna relación entre el uso de redes sociales (variable independiente) y la autoevaluación de salud que realizaron los encuestados (variable dependiente categórica).

Tabla 4.8: Análisis de correlación entre las variables categóricas del modelo de análisis.

<b>Evaluación de los encuestados</b>		B	Desv. Error	Wald	gl	Sig	Exp (B)	Límite inferior	Límite superior
Ha empeorado	Intercept	-1.994	4.491	.197	1	.657			
	Horas de consumo en redes sociales	.084	.245	.117	1	.733	1.087	.673	1.756
	Cantidad de redes sociales utilizadas	-.173	.209	.681	1	.409	.841	.558	1.268
	Edad	.167	.201	.691	1	.406	1.181	.797	1.750
	Nivel educativo de los padres	-.264	.189	1.942	1	.163	.768	.530	1.113
	Género Femenino	-.383	.463	.683	1	.408	.682	.275	1.690

	Género Masculino	0 <sup>b</sup>	.	.	0	.	.	.	.
Ha mejorado	Intercept	-7.174	7.087	1.025	1	.311			
	Horas de consumo en redes sociales	-.200	.375	.283	1	.594	.819	.393	1.707
	Cantidad de redes sociales utilizadas	-.132	.335	.155	1	.694	.876	.454	1.690
	Edad	.316	.308	1.054	1	.305	1.372	.750	2.508
	Nivel educativo de los padres	.090	.304	.088	1	.766	1.094	.603	1.985
	Género Femenino	.684	.766	.798	1	.372	1.982	.442	8.897
	Género Masculino	0 <sup>b</sup>	.	.	0	.	.	.	.
	Intercept	.012	10.279	.000	1	.999			
No lo sé	Horas de consumo en redes sociales	1.274	.564	5.103	1	.024	3.575	1.184	10.795
	Cantidad de redes sociales utilizadas	-.174	.555	.098	1	.754	.840	.283	2.496
	Edad	-.341	.494	.478	1	.489	.711	.270	1.870
	Nivel educativo de los padres	-.187	.499	.140	1	.708	.830	.312	2.206
	Género Femenino	-.469	1.217	.148	1	.700	.626	.058	6.796
	Género Masculino	0 <sup>b</sup>	.	.	0	.	.	.	.

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

Como se puede apreciar en este modelo (Tabla 4.8), las horas consumidas en redes sociales afecta significativamente a la percepción de no saber si su estado de salud ha empeorado, mejorado o sigue igual. Es decir, cuantas más horas se utilizan las redes sociales, mayor es la probabilidad de desconocer su efecto sobre la salud.

Aunque los estudiantes que usan muchas horas las redes sociales afirman no saber qué efectos tienen en su salud, como se muestran las correlaciones (ver Tabla 4.7), existe una relación entre efectos negativos y positivos para la salud y el uso continuado de redes sociales. Es por esto por lo que, este desconocimiento sobre su cambio físico y psicológico por el uso de redes sociales podría deberse a la falta de pensamiento crítico, identificada en otros modelos (Tabla 4.11), que no les permite reconocer su estado de salud. El siguiente modelo analiza, mediante una regresión lineal, el efecto del consumo de redes sociales con los síntomas depresivos.

Tabla 4.9: Redes sociales y síntomas depresivos

<b>Comportamientos /sentimientos experimentados sobre síntomas depresivos</b>	B	Std. Error	t	Sig.	Límite inferior	Límite superior	Eta Parcial al Cuadrado	Parámetro sin Centralidad	Potencia observada <sup>b</sup>
Intercept	2.703	3.475	.778	.439	-4.204	9.611	.007	.778	.120
Horas de consumo	.043	.148	.289	.773	-.252	.337	.001	.289	.059
<b>Cantidad de redes utilizadas</b>	<b>.322</b>	.141	2.284	<b>.025</b>	.042	.602	.057	2.284	.617
Género Femenino	.198	.308	.645	.521	-.413	.810	.005	.645	.098
Género Masculino	0 <sup>a</sup>	.	.	.	.	.	.	.	.
Educación Padres	.187	.124	1.507	.135	-.060	.434	.025	1.507	.320
Edad	-.078	.135	-.580	.563	-.346	.189	.004	.580	.089

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

Como podemos observar, el número de plataformas digitales consumidas influye en la aparición de síntomas depresivos. Es decir, cuantas más redes sociales se utilicen, mayor será la probabilidad de sentir ira, irritabilidad o deseos de ejercer daños materiales. Sin embargo, la frecuencia con las que se usan estas redes no presenta efectos significativos sobre estos síntomas.

Tabla 4.10: Redes sociales y ansiedad social y FOMO

<b>Comportamientos / Sensaciones experimentadas sobre ansiedad social y FOMO.</b>	B	Std. Error	t	Sig.	Límite inferior	Límite superior	Eta Parcial al Cuadrado	Parámetro sin Centralidad	Potencia observada <sup>b</sup>
Intercept	4.114	2.706	1.520	.132	-1.261	9.489	.025	1.520	.325
Horas de consumo	-.028	.140	-.199	.842	-.306	.250	.000	.199	.054
<b>Cantidad de redes utilizadas</b>	<b>.260</b>	.127	2.056	<b>.043</b>	.009	.512	.044	2.056	.530
Género Femenino	.164	.281	.583	.561	-.394	.721	.004	.583	.089
Género Masculino	0 <sup>a</sup>	.	.	.	.	.	.	.	.
Educación Padres	.073	.113	.649	.518	-.151	.298	.005	.649	.099
Edad	-.119	.120	-.996	.322	-.357	.118	.011	.996	.166

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

Igualmente, los síntomas de ansiedad social y FOMO están relacionados con la cantidad de redes sociales que utiliza el encuestado. Esto es, cuantas más redes utilice el estudiante existirá una mayor probabilidad de rechazo a eventos sociales, malestar estomacal y de uso de alcohol o drogas como herramienta para la socialización. La frecuencia con la que se usa mayor o menor cantidad de redes sociales no presenta efectos significativos en relación con la ansiedad social ni FOMO.

Tabla 4.11: Redes sociales y pérdida del pensamiento crítico

<b>Pérdida de pensamiento crítico.</b>	B	Std. Error	t	Sig.	Límite inferior	Límite superior	Eta Parcial al Cuadrado	Parámetro sin Centralidad	Potencia observada <sup>b</sup>
Intercept	-.603	2.022	-.298	.766	-4.618	3.413	.001	.298	.060
<b>Horas de consumo</b>	<b>.225</b>	.105	2.148	<b>.034</b>	.017	.432	.048	2.148	.566
Cantidad de redes utilizadas	.001	.095	.013	.989	-.187	.189	.000	.013	.050
Género Femenino	-.054	.210	-.257	.798	-.470	.363	.001	.257	.057
Género Masculino	0 <sup>a</sup>	.	.	.	.	.	.	.	.
Educación Padres	.130	.085	1.534	.128	-.038	.297	.025	1.534	.329
Edad	.065	.089	.723	.471	-.113	.242	.006	.723	.110

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

El modelo anterior muestra que las horas de consumo digital en redes sociales está relacionada con la falta de pensamiento crítico. Por lo que podemos afirmar que cuantas más horas se hace uso de estas plataformas se tendrá mayor problemática para identificar las fuentes de información, para la comprensión del texto o incluso para mantener la confianza en las propias ideas con el paso del tiempo.

Tabla 4.12: Redes sociales y mejora en las capacidades psicomotrices

<b>Mejora en las capacidades psicomotrices</b>	B	Std. Error	t	Sig.	Límite inferior	Límite superior	Eta Parcial al Cuadrado	Parámetro sin Centralidad	Potencia observada <sup>b</sup>
Intercept	2.575	2.351	1.096	.276	-2.093	7.244	.013	1.096	.192
<b>Horas de consumo</b>	<b>.244</b>	.122	2.007	<b>.048</b>	.003	.486	.042	2.007	.511

Cantidad de redes utilizadas	.094	.110	.857	.394	-.124	.313	.008	.857	.136
Género Femenino	-.372	.244	-1.528	.130	-.857	.112	.025	1.528	.327
Género Masculino	0 <sup>a</sup>	.	.	.	.	.	.	.	.
Educación Padres	-.004	.098	-.043	.966	-.199	.191	.000	.043	.050
Edad	-.082	.104	-.790	.432	-.288	.124	.007	.790	.122

Fuente: Elaboración propia mediante Statistics.

Según este modelo de la tabla 12, existe relación entre las horas de consumo digital del contenido en redes y la mejora en las funciones psicomotrices del estudiante encuestado. Esto supone que cuantas más horas se dediquen a este consumo, mayor será el desarrollo de funciones como la comprensión lectora o en la coordinación cerebro-mano.

Tabla 4.13: Redes sociales y frecuencia de la estimulación cerebral.

<b>Frecuencia de la estimulación cerebral</b>	B	Std. Error	t	Sig.	Límite inferior	Límite superior	Eta Parcial al Cuadrado	Parámetro sin Centralidad	Potencia observada <sup>b</sup>
Intercept	9.947	3.920	2.537	.013	2.161	17.734	.065	2.537	.709
Horas de consumo	.152	.203	.749	.456	-.251	.555	.006	.749	.115
<b>Cantidad de redes utilizadas</b>	<b>-.451</b>	.184	-2.455	<b>.016</b>	-.815	-.086	.061	2.455	.681
Género Femenino	-.153	.407	-.377	.707	-.961	.654	.002	.377	.066
Género Masculino	0 <sup>a</sup>	.	.	.	.	.	.	.	.
Educación Padres	-.221	.164	-1.350	.180	-.547	.104	.019	1.350	.267
Edad	-.161	.173	-.931	.354	-.505	.183	.009	.931	.152

Fuente: Elaboración propia mediante SPSS Statistics.

De la misma forma, se puede observar en la tabla 13 una relación de dependencia entre el número de redes sociales que el estudiante universitario utiliza y la frecuencia en la que

experimenta sensaciones de estimulación cognitiva. Esto supone que cuantas más plataformas use, menor será la percepción en la mejora en la atención, control del estrés y/o ansiedad.

## 5. CONCLUSIONES

Esta investigación tiene como objetivo identificar cuál es la relación existente entre cuáles son los efectos sobre la salud del uso continuado de redes sociales en la población joven comprendida entre 18 y 29 años, tanto a nivel físico como psicológico. Para ello se realizó una encuesta a 98 alumnos de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. Los datos obtenidos fueron analizados mediante estadísticas descriptivas y de dependencia, en concreto, mediante el uso de correlaciones, modelos de regresión logística para variables dependientes categóricas y modelos de regresión lineal para variables dependientes métricas.

Los resultados muestran que, como ya nos confirmaba la literatura, existe una relación entre el uso de redes sociales, medidas como la cantidad de redes sociales empleadas y sus horas de uso, y la cantidad de comportamientos y/o sensaciones relacionadas con efectos físicos y psicológicos que experimentan los jóvenes en su vida diaria.

En primer lugar, encontramos una relación concreta entre el número de redes sociales utilizadas por el joven y la aparición de ansiedad social y FOMO, síntomas depresivos y comportamientos derivados de una menor estimulación cerebral. Por otro lado, se demuestra una relación de dependencia entre las horas de consumo que el individuo invierte en plataformas digitales y la falta de pensamiento crítico, sin embargo, se encuentran datos en los resultados de la encuesta que afirman una mejora en las funciones psicomotoras del estudiante.

Tras analizar los resultados, cabe mencionar además la relación existente entre la pérdida del pensamiento crítico en los jóvenes junto con la presencia de una falta de autoestima en ellos. Lo mismo sucede con la presencia de una serie de sentimientos de comprensión

y pertenencia en el individuo y la mejora de sus capacidades psicomotrices, ambas se encuentran relacionadas.

Esta investigación tiene claras limitaciones. En primer lugar, el tamaño de la muestra obtenida en la encuesta no es lo suficientemente como para considerarse estadísticamente significativa, por lo que se sugiere que las futuras investigaciones logren alcanzar muestras superiores. En segundo lugar, las variables independientes en esta investigación miden la intensidad en el uso de las redes sociales, sin embargo, en futuras investigaciones deberían considerar además su función exacta, ya sea compartir opiniones e información, publicar fotos y videos o interactuar con los diferentes contactos de su entorno social. Probablemente, la función con la que se usen las redes también afectará a la salud de los jóvenes, no solo la cantidad de redes utilizadas o el tiempo de uso.

Para concluir, los resultados presentados en esta investigación confirman la presencia de efectos a nivel físico y psicológico de carácter tanto negativo como positivo por el uso continuado de redes sociales. Estos hallazgos tienen implicaciones prácticas para los usuarios jóvenes en las redes sociales, que sugiere la necesidad de regularizar el consumo continuo de contenido digital y concienciar a este grupo sobre las posibles señales de advertencia ante un uso indebido e inconsciente de las redes sociales que puedan hacer que un individuo sea vulnerable.

## 6. REFERENCIAS

- Acento. (2023, 8 junio). La ausencia de pensamiento crítico nos está matando. Obtenido de: <https://acento.com.do/opinion/la-ausencia-de-pensamiento-critico-nos-esta-matando-8877979.html>
- Admin. (2022, 11 enero). La psicomotricidad y sus beneficios. Neurocentro Tenerife. Obtenido de: <https://neuro-centro.com/la-psicomotricidad-y-sus-beneficios/>
- Ahadzadeh, A. S., Sharif, S. P., y Ong, F. S. (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in human behavior*, 68, 8-16.
- Arab, L. E., y Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
- Astudillo Peña, A. I. (2018). Estudio comparativo del desarrollo psicomotriz en niños y niñas de 3-5 años que asisten a medio tiempo y tiempo completo al centro de desarrollo infantil “El Camino” (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
- Biscarra, M. A., y Avanzado, B. E. (2010). Codependencia: definición teórica, validación de un instrumento y su relación con la autoestima y el locus de control. *Anuario de Proyectos e Informes de Becarios de Investigación*, 7, 268-273.
- Brown, J. D. (2007). *The self*. New York: Psychology Press.
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., y Underwood, J. D. (2017). “Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO”. *Computers in Human Behavior*, 66, 248-255.
- Calva Nagua, D. X., Galarza Schoenfeld, A. S., y Sare Ochoa, F. I. (2019). Las redes sociales y las relaciones interpersonales de las nuevas generaciones de ecuatorianos. *Conrado*, 15(66), 31-37.

- Cárdenas Astudillo, D. A., y Coello Moscoso, M. E. (2022). Efectos psicológicos causados por el uso de redes sociales en personas de 15 a 45 años (Bachelor 's thesis, Universidad del Azuay).
- Cardozo, J. C. M. (2020). Alternativas de reconciliación y redes sociales.
- Celuch, K., y Slama, M. (2002). Promoting Critical Thinking and Life-Long Learning: An Experiment with the Theory of Planned Behavior. *Marketing Education Review*, 12(2), 13–22.
- Clark, M. S. (1981). Noncomparability of benefits given and received: A cue to the existence of friendship. *Social Psychology Quarterly*, 44, 375-381.
- Clark, M. S., Mills, J., y Corcoran, D. (1989). Keeping track of the needs and inputs of friends and strangers. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15, 533-542.
- Clark, M. S., Mills, J., y Powell, M. (1986). “Keeping track of needs in communal and exchange relationships”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51,333-338
- Clark, M. S., Ouellette, R., Powell, M. y Milberg, S. (1987). Relationship type. recipient mood and helping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 94-103.
- Clark, M. S., y Mills, J. (1979). “Interpersonal attraction in exchange and communal relationships”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 12-24.
- Clark, M. S., y Taraban, C. (1991). Reactions to and willingness to express emotion in communal and exchange relationships. *Journal of experimental social psychology*, 27(4), 324- 336.
- Clark, M. S., y Waddell, B. (1985). “Perceptions of exploitation in communal and exchange relationships”. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2, 403-418.
- Córdoba, A. M., y Betancourt, L. d. (2021). Efectos psicológicos de la exposición permanente a noticias falsas. Obtenido de: <https://www.unbosque.edu.co/centro-informacion/noticias/efectos-psicologicos-de-la-exposicion-permanente-noticias-falsas>

- Czeisler, C. (2013). Perspective: Casting light on sleep deficiency. *Nature*, 497, S13.
- Davies, M. (2015). "A model of critical thinking in higher education". *Higher Education: Handbook of Theory and Research: Volume 30*, 41-92.
- Dehghani, F., y Zareei Mahmoodabadi, H. (2018). The effect of using virtual social networks on depression, anxiety, and stress among young adults. *Journal of Social Behavior and Community Health*, 2(1), 174-180.
- Del Castillo, J. A. G., del Carmen Terol, M., Nieto, M., Lledó, A., Sánchez, S., Martín-Aragón, M., y Sitges, E. (2008). Uso y abuso de Internet en jóvenes universitarios. *Adicciones*, 20(2), 131-142.
- Delgado, J. G., Saavedra, M. M., y Miranda, N. M. (2022). Trastornos del sueño: prevención, diagnóstico y tratamiento. *Revista Médica Sinergia*, 7(07).
- Dharmastuti, A., Wiyono, B. B., Hitipeuw, I., y Rahmawati, H. (2020). Adolescent critical thinking prior to social media information sharing. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(10), 1195-1213.
- Echeburúa, E., y De Corral, P. (2010). "Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto". *Adicciones*, 22(2), 91-95.
- Ekman, P. (1971). Universal and cultural differences in facial expressions of emotion. In J. K. Cole (Ed.) *Nebraska symposium on motivation*, Lincoln, Nebraska: University of Nebraska Press.
- Ennis, R. H. (1996). *Critical thinking*. Prentice Hall.
- Esperter Tortajada, R., y Villalba Agustín, M. D. R. (2014). Estimulación cognitiva: una revisión neuropsicológica. *Terapeía*, (6), 73-93.
- Facione, P. A. (2000). "The disposition toward critical thinking: Its character, measurement, and relationship to critical thinking skill". *Informal logic*, 20(1).
- Fernández Sánchez, N. (2016). Investigación cualitativa. Redes sociales virtuales, ¿fortalezas o debilidades? un análisis psicosocial relacionado con la

cybersexualidad y la soledad. Revista semestral de divulgación científica. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo>.

Fischer J.L.; Spann L. y Crawford D. (1991). Measuring Codependency. *Alcoholism Treatment Quarterly*, 8, 87-100.

García, M. D. F., Daly, A. J., y Sánchez-Cabezudo, S. S. (2016). Identificando a los nuevos influyentes en tiempos de Internet: medios sociales y análisis de redes sociales. *Revista española de investigaciones sociológicas (Reis)*, 153(1), 23-40.

García, M. M. R. (2003). Los inicios de la comunicación: la intencionalidad comunicativa y el significado como procesos graduales. *Anuario de psicología/The UB Journal of Psychology*, 337-356.

Gómez Ferreira, K. K., y Marín Quintero, J. S. (2017). Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años.

Gorry, Anthony y Westbrook, Robert (2009). "Winning the Internet Confidence Game". *Corporate Reputation Review*, 12(3): 195-203.

Granados, S. H. B., y Cuéllar, Á. M. U. (2018). Influencia del deporte y la actividad física en el estado de salud físico y mental: una revisión bibliográfica. *Katharsis: Revista de Ciencias Sociales*, (25), 141-160.

Haferkamp, N. y Kramer, N.C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-314.

Harto, M. A. (2023, 6 julio). Baja autoestima: síntomas y consecuencias. Obtenido de <https://www.ivanesalud.com/baja-autoestima-sintomas-y-consecuencias/>

Hernández Mite, K. D., Yanez Palacios, J. F., y Carrera Rivera, A. A. (2017). Las redes sociales y adolescencias: Repercusión en la actividad física. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(2), 242-247.

Hochschild, A. R. (1979). Emotional work. feeling rules, and social structure. *American Journal of Sociology*, 551-575.

- Holzman, D. (2010). What's in a color? The unique human health effects of blue light. *Environmental Health Perspectives*, 118(1), A22-A27.
- Ivcevic, Z., y Ambady, N. (2012). Personality impressions from identity claims on Facebook. *Psychology of Popular Media Culture*, 1(1), 38e45.
- Katz, Elihu y Lazarsfeld, Paul (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. New York: Free Press.
- Khan, M. L., y Idris, I. K. (2019). Recognise misinformation and verify before sharing: A reasoned action and information literacy perspective. *Behaviour & Information Technology*, 38(12), 1194–1212
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., y Scherlis, W. (1998). Internet paradox. "A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?" *American Psychologist*, 53, 1017–1031.
- Llanos, A. A. (2024, 12 marzo). El enfoque de la comunicación para el cambio social y la comunicación para el desarrollo como referentes -. Asociaciones.org. Obtenido de: <https://asociaciones.org/2021/05/25/el-enfoque-de-la-comunicacion-para-el-cambio-social-y-la-comunicacion-para-el-desarrollo-como-referentes/>
- López, L. B. G. (2011). El Desarrollo Social: sus orígenes y definición conceptual. *SAVIA Revista de investigación e intervención social*, 6-10.
- Malatesta, C. Z., y Haviland, J. M. (1985). Signals, symbols, and socialization: The modification of emotional expression in human development. In M. Lewis & C. Saarni (Eds.), *The socialization of emotions*, pp. 89-116, New York: Plenum.
- Marino, C., Gini, G., Angelini, F., Vieno, A., y Spada, M. M. (2020). Social norms and e-motions in problematic social media use among adolescents. *Addictive Behaviors Reports*, 100250.
- Martínez, J. W., y Duque Franco, A. (2008). El comportamiento agresivo y algunas características a modificar en los niños y niñas. *Investigaciones andinas*, 10(16), 92-105.
- Medina Duarte, M. E. (2021). Trastorno de ansiedad en adolescentes.

- Metropolsalud, y Metropolsalud. (2020, 15 junio). Los beneficios de la estimulación eléctrica transcraneal. Metropol Salud. Obtenido de. <https://www.metropolsalud.com/los-beneficios-de-la-estimulacion-electrica-transcraneal/>
- Michikyan, M., Dennis, J., y Subrahmanyam, K. (2014). Can you guess who I am? real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 1e10.
- Mills, J., y Clark, M. S. (1982). "Exchange and communal relationships". In L. Wheeler (Ed.) *Review of personality and social psychology*, Beverly Hills: Sage.
- Monti, J.M. y Mohti, D. (2000). Sleep disturbance in generalized anxiety disorder and its treatment. *Sleep Medicine Reviews*, 4, 263-276.
- Muniain, J. L. (1997). Noción/Definición de Psicomotricidad. *Psicomotricidad. Revista de Estudios y Experiencias*, 55-88.
- Nadkarni, A. y Hofmann, S.G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243-249
- Pereyra-Elías, R., Ocampo-Mascaró, J., Silva-Salazar, V., Vélez-Segovia, E., Costa-Bullón, A., Toro-Polo, L. M., y Vicuña-Ortega, J. (2010). Prevalencia y factores asociados con síntomas depresivos en estudiantes de ciencias de la salud de una Universidad privada de Lima, Perú 2010. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 27, 520-526.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., y Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841e1848.
- Roca, G. (Ed.). (2015). "Las nuevas tecnologías en niños y adolescentes: Guía para educar saludablemente en una sociedad digital". *Faros Sant Joan de Déu*.
- Roddick, J. (2021, 9 agosto). Trastornos del sueño: Causas, diagnóstico y tratamiento. Obtenido de <https://www.healthline.com/health/es/trastornos-del-sueno#sintomas>

- Rogers, Everett M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5a ed). New York: Free Press.
- Rosner, R. I. (2005). "Psychotherapy Research and the National Institute of Mental Health", 1948-1980.
- Saarni, C. (1979). Children's understanding of the display rules for expressive behavior. *Developmental Psychology*, 15, 424-429.
- Sánchez, R., Cáceres, H., y Gómez, D. (2002). Ideación suicida en adolescentes universitarios: prevalencia y factores asociados. *Biomédica*, 22(Su2), 407-416
- Santhi, N., Thorne, H., van der Veen, D., Johnsen, S., Mills, S., Hommes, V., Schlangen, L., Archer, S., Dijk, D. (2011). The spectral composition of evening light and individual differences in the suppression of melatonin and delay of sleep-in humans. *Journal of Pineal Research*, 53(1), 47-59.
- Sargis, R. (2014). An overview of the pineal gland: Maintaining circadian rhythm.
- Schultz, Friederike; Utz, Sonja y Göritz, Anja (2011). "Is the Medium the Message? Perceptions of and Reactions to Crisis Communication via Twitter, Blogs and Traditional Media". *Public Relations Review*, 37(1): 20-27.
- Sela, Y., Zach, M., Amichay-Hamburger, Y., Mishali, M., y Omer, H. (2020). "Family environment and problematic internet use among adolescents: The mediating roles of depression and Fear of Missing Out". *Computers in Human Behavior*, 106, 106226.
- Strickland, A. (2014). Exploring the effects of social media use on the mental health of young adults.
- Tamir, D. I., y Mitchell, J. P. (2012). Disclosing information about the self is intrinsically rewarding. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(21), 8038–8043.
- Terán, A. (2019). Ciberadicciones. "Adicción a las nuevas tecnologías (NTIC)". In *Congreso de actualización pediatría* (pp. 131-141).

- Tifferet, S., Gaziel, O., y Baram, Y. (2012). Guitar increases male Facebook attractiveness: Preliminary support for the sexual selection theory of music. *Letters on Evolutionary Behavioral Science*, 3(1), 4e6.
- Trastorno explosivo intermitente - Síntomas y causas - Mayo Clinic. (2024, 20 abril). Obtenido de: <https://www.mayoclinic.org/es/diseases-conditions/intermittent-explosive-disorder/symptoms-causes/syc-20373921>
- Trujillo, C. R. C., y Rodriguez, A. (2008). Fobia social y terapia cognitivo-conductual: definición, evaluación y tratamiento. In *ANALES de la Universidad Metropolitana* (Vol. 8, No. 1, pp. 115-137). Universidad Metropolitana.
- Vosoughi, S., Roy, D., y Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *science*, 359(6380), 1146-1151.
- Williamson, G. M. y Clark, M. S. (1989). Providing help and desired relationship type as determinants of changes in moods and self-evaluations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 722-734.
- Yalabadi, A. K., Yazdani-Jahromi, M., Abdidizaji, S., Garibay, I., y Garibay, O. O. (2024). Controlling the Misinformation Diffusion in Social Media by the Effect of Different Classes of Agents. arXiv preprint arXiv:2401.11524.

## 7. ANEXOS

Encuesta:

1. Género: Mujer, Hombre
2. Edad: \_\_\_\_ (respuesta abierta)
3. ¿A qué grado universitario perteneces?
  - Grado en Derecho
  - Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos
  - Grado de Administración y Dirección de Empresas
  - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
  - Grado en Turismo
  - Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo
  - Otro
4. ¿En qué curso del grado te encuentras actualmente?
  - 1º Curso
  - 2º Curso
  - 3º Curso
  - 4º Curso
5. Comunidad autónoma a la que pertenece.
6. ¿Cuántas horas consume de media en las redes sociales a lo largo del día? Número de horas: \_\_\_\_
7. ¿Usa alguna de estas redes sociales?
  - WhatsApp
  - Instagram
  - YouTube
  - TikTok
  - X (Twitter)
  - Twitch
  - Spotify/Podimo Podcast
  - Facebook
  - LinkedIn
  - Otro

8. ¿Durante el último mes ha experimentado alguno de estos sentimientos o comportamientos tras largos periodos de consumo de contenido en redes sociales?

- Etapas de irritabilidad y enfado
- Estado de ánimo triste, vacío o desesperanzado
- Pérdida del interés en actividades interesantes
- Cambios en el apetito
- Pérdida de energía
- Sentimiento de culpa
- Agitación
- No he experimentado nada de lo anterior.

9. En una escala del 1 al 10 ¿Cuántas veces ha podido llegar a experimentar alguno de estos sentimientos o comportamientos en el último mes? (Siendo 0 Nunca y 10 Muchas veces)

- Respuesta (numérica): \_\_\_\_\_

10. ¿Durante el último mes ha experimentado alguno de estos sentimientos o comportamientos tras largos periodos de consumo de contenido en redes sociales?

- Rechazo ante situaciones sociales
- Anticipación de eventos sociales
- Miedo a ser el centro de atención
- Pensamientos negativos
- Malestar estomacal
- Uso de alcohol o drogas
- Conductas previas calculadas
- Aislamiento social
- No he experimentado nada de lo anterior.

11. En una escala del 1 al 10 ¿Cuántas veces ha podido llegar a experimentar alguno de estos sentimientos o comportamientos en el último mes? (Siendo 0 Nunca y 10 Muchas veces)

Respuesta (numérica): \_\_\_\_\_

12. ¿Durante el último mes ha experimentado alguno de estos sentimientos o comportamientos tras largos periodos de consumo de contenido en redes sociales?

- Insomnio
- Apnea del sueño
- Síndrome de las Piernas Inquietas (SPI)

- Narcolepsia
- Parasomnias (Sonambulismo, Terrores nocturnos, Pesadillas)
- Despertares Frecuentes
- Hipersomnia
- No los he experimentado

13. En una escala del 1 al 10 ¿Cuántas veces ha podido llegar a experimentar alguno de estos sentimientos o comportamientos en el último mes? (Siendo 0 Nunca y 10 Muchas veces)

Respuesta (numérica): \_\_\_\_\_

14. ¿Durante el último mes ha experimentado alguno de estos sentimientos o comportamientos en torno a la autoestima y la personalidad tras largos periodos de consumo de contenido en redes sociales?

- Dificultad para compartir opiniones
- Necesidad de aprobación externa
- Atribuir logros a causas externas
- Atribuir fracasos a causas internas
- Búsqueda constante de perfeccionismo
- Dificultad para la toma de decisiones
- No los he experimentado

15. En una escala del 1 al 10 ¿Cuántas veces ha podido llegar a experimentar alguno de estos sentimientos o comportamientos en el último mes? (Siendo 0 Nunca y 10 Muchas veces)

Respuesta (numérica): \_\_\_\_\_

16. ¿Durante el último mes ha experimentado alguno de estos sentimientos o comportamientos tras largos periodos de consumo de contenido en redes sociales?

- Incapacidad para identificar las fuentes de información
- Falta de comprensión del texto
- Dificultad para identificar sesgos
- Incapacidad para identificar la tesis del discurso
- Falta de confianza en las propias ideas con el paso del tiempo
- No los he experimentado

17. En una escala del 1 al 10 ¿Cuántas veces ha podido llegar a experimentar alguno de estos sentimientos o comportamientos en el último mes? (Siendo 0 Nunca y 10 Muchas veces)

Respuesta (numérica): \_\_\_\_\_

18. ¿Durante el último mes ha experimentado alguno de estos sentimientos o comportamientos tras largos periodos de consumo de contenido en redes sociales?

- Ira
- Irritabilidad
- Frenesí de pensamientos negativos
- Latidos cardíacos fuertes o rápidos
- Opresión en el pecho
- Deseos de compartir discursos largos y llenos de ira
- Daños materiales
- Discusiones acaloradas
- Gritos
- No los he experimentado

19. En una escala del 1 al 10 ¿Cuántas veces ha podido llegar a experimentar alguno de estos sentimientos o comportamientos en el último mes? (Siendo 0 Nunca y 10 Muchas veces)

Respuesta (numérica): \_\_\_\_\_

20. ¿Durante el último mes ha experimentado alguno de estos sentimientos o comportamientos tras largos periodos de consumo de contenido en redes sociales?

- Felicidad y satisfacción con la vida
- Reducción del estrés y la ansiedad
- Aumento de la autoestima
- Mayor empatía y comprensión
- Sentimiento de propósito
- Mejora de la comunicación
- Mejora del sueño
- Aumento de la creatividad
- Mayor claridad mental y de la concentración
- No los he experimentado

21. En una escala del 1 al 10 ¿Cuántas veces ha podido llegar a experimentar alguno de estos sentimientos o comportamientos en el último mes? (Siendo 0 Nunca y 10 Muchas veces)

Respuesta (numérica): \_\_\_\_\_

22. ¿Durante el último mes ha experimentado alguno de estos sentimientos o comportamientos tras largos periodos de consumo de contenido en redes sociales?

- Mejora de la salud física
- Coordinación cerebro-mano
- Memoria visual
- Atención en los detalles
- Mejora en el lenguaje
- Comprensión lectora
- Sinterización de grandes cantidades de información
- No los he experimentado

23. En una escala del 1 al 10 ¿Cuántas veces ha podido llegar a experimentar alguno de estos sentimientos o comportamientos en el último mes? (Siendo 0 Nunca y 10 Muchas veces)

Respuesta (numérica): \_\_\_\_\_

24. ¿Durante el último mes ha experimentado alguno de estos sentimientos o comportamientos tras largos periodos de consumo de contenido en redes sociales?

- Mejora de atención
- Mayor coordinación en el lenguaje
- Reducción del estrés y/o ansiedad
- No los he experimentado

25. En una escala del 1 al 10 ¿Cuántas veces ha podido llegar a experimentar alguno de estos sentimientos o comportamientos en el último mes? (Siendo 0 Nunca y 10 Muchas veces)

Respuesta (numérica): \_\_\_\_\_

26. ¿Durante el último mes ha experimentado alguno de estos sentimientos o comportamientos tras largos periodos de consumo de contenido en redes sociales?

- Mejora de las capacidades comunicativas
- Mejora al dialogar diferentes puntos de opinión
- Presencia de opinión propia
- Capacidades de comunicación participativa
- Comunicación consciente y basada en el desarrollo y aprendizaje respetuoso
- No los he experimentado

27. En una escala del 1 al 10 ¿Cuántas veces ha podido llegar a experimentar alguno de estos sentimientos o comportamientos en el último mes? (Siendo 0 Nunca y 10 Muchas veces)

Respuesta (numérica): \_\_\_\_\_

28. Si compara su salud mental en estos momentos con la de antes de utilizar las redes sociales en su día a día ¿diría que su estado de salud ha mejorado, está igual que antes o ha empeorado?

- Ha mejorado
- Sigue igual
- Ha empeorado
- No lo sé